

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Andriani, D. (2019). *Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Image Marketplace Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar*, Skripsi. Universitas Muhammadiyah Makasar
- Ashar, A. (2016). *Analisis Hubungan Antara Brand Image (Citra Merek) Dengan Pemanfaatan Layanan Rawat Inap Rumah Sakit Umum Swasta Di Kota Makassar*, Skripsi. Universitas Islam Alauddin Makasar
- Biels. (2011). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survei Pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Tahun Angkatan 2013/2014 dan 2014/2015 Pengguna Kartu . *Jurnal Administrasi Bisnis*, 46.
- Eril. (2020, Maret 13). *Penerapan Psikologi Marketing untuk Bisnis yang Sukses*. Retrieved from Qwords: <https://qwords.com/blog/psikologi-marketing>
- Gaspersz, V. (2013). *All-in-One*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kertajaya. (2007). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 662.
- Korry, D. I. (2017). *Coping Stress berdasarkan status Kerjaibu Rumah Tangga*. Skripsi, Universitas Katolik Soegijapranata Semarang

Kotler. (2009). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survei Pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 45.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.

Sukmadinata, N. S. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosadakarya.

Swastha, & Handoko. (2000). Perilaku Konsumen dalam Berbelanja Pakaian Wanita di Pasar Pagi Samarinda. *Jurnal*, 3.

